

EL ASOCIATIVISMO COMO ESTRATEGIA PYME. UNA RESPUESTA A LAS NECESIDADES DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Genoveva Surraco

Universidad Nacional de La Plata (Argentina)

genosur@yahoo.com

Resumen

El concepto de asociatividad empresarial se entiende como un mecanismo de cooperación flexible entre empresas, donde cada una, sin perder su autonomía, decide voluntariamente participar de un esfuerzo conjunto para la obtención de objetivos comunes. El hecho de asociarse permite a las empresas obtener economía de escala a través de la colaboración interempresaria, sin tener que reunir la inversión en una sola firma.

Las particularidades de los mercados actuales, altamente competitivos y tendientes a la gran concentración económica, obligan a las empresas que desean permanecer en los mismos a adaptarse, comprendiendo la dificultad de competir en forma atomizada. Frente a tal situación una de las mejores propuestas para las PyMEs (pequeñas y medianas empresas) es quizás la de los proyectos asociativos, sobre todo teniendo en cuenta la dimensión de estas organizaciones.

La formación de comunidades productivas y sociales de empresarios conscientes de su responsabilidad tanto individual como asociativa es tal vez una de las claves más importantes para alcanzar los nuevos niveles de competitividad.

El proceso de asociatividad es complejo y abarca una variada gama de modalidades que se dan a partir de la necesidad de adquirir una ventaja competitiva para lograr una mejor posición en el mercado.

Palabras clave: empresa - asociatividad - PyMEs (pequeñas y medianas empresas) – mercados.

Las empresas, “estructuras organizativas de naturaleza económica” (1), operan en mercados dinámicos. Constantemente se modifican, por ejemplo, los precios de compra de los distintos factores de la producción, que constituyen el costo del producto y de ventas de esa producción. También cambia continuamente la tecnología, las exigencias de los consumidores, sus gustos, sus preferencias y las formas características que presentan las demandas de cada uno de los sectores. Varían las situaciones internas de las empresas: las finanzas, los empleados, los locales, la cantidad de sucursales; al tiempo que también se transforman las condiciones externas: la macroeconomía a nivel mundial y nacional, el contexto socio-político, las firmas competidoras, etc.

Estos cambios permanentes, que se acentúan o magnifican en etapas de crisis económicas, generan desafíos difíciles de afrontar por el empresario en forma individual. Una actitud pasiva frente a estas situaciones pone en riesgo y compromete su propio desarrollo y hasta su propia supervivencia. Es en este momento, frente a los retos cotidianos, cuando es útil comenzar a entender y aplicar el concepto de asociatividad.

El concepto de asociatividad empresarial se entiende como un mecanismo de cooperación flexible entre empresas, donde cada una, sin perder su autonomía, decide voluntariamente participar de un esfuerzo conjunto para la obtención de objetivos comunes. El hecho de asociarse permite a las empresas obtener economía de escala a través de la colaboración interempresaria, sin tener que reunir la inversión en una sola firma.

Una de las características de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) argentinas es precisamente su bajo nivel de asociatividad. La gran mayoría de las empresas argentinas operan en solitario, aisladas entre sí, sin aprovechar el mejoramiento que supone para su actividad el realizar prácticas conjuntas y el poder actuar como grupo.

Las particularidades de los mercados actuales, altamente competitivos y tendientes a la gran concentración económica, obligan a las empresas que desean permanecer en los mismos a adaptarse, comprendiendo la dificultad de competir en forma atomizada. Frente a tal situación una de las mejores propuestas es quizás la de los proyectos asociativos, sobre todo teniendo en cuenta la dimensión de estas empresas.

Aunque en general para ser empresario pareciera requerirse una fuerte dosis de individualismo, no debe desatenderse el desarrollo de habilidades y el acopio de experiencia en el quehacer asociativo. Las prácticas compartidas permiten fortalecer a los distintos sectores abordando temas de interés que van más allá de la propia empresa. Basta tan sólo mencionar algunas de las muchas áreas donde la existencia aislada del empresario PyME se puede enriquecer enormemente con el grupo:

- La complementación en proyectos específicos.
- El suministro colectivo de productos para enfrentar demandas comerciales de gran escala.
- El ganar credibilidad frente a las grandes empresas tradicionales del propio país.

- El desarrollo de proveedores especializados para el sector.
- Los programas conjuntos de aseguramiento de la calidad y de protección del medio ambiente.

La formación de comunidades productivas y sociales de empresarios conscientes de su responsabilidad tanto individual como asociativa es tal vez una de las claves más importantes para alcanzar los nuevos niveles de competitividad.

El proceso de asociatividad es complejo y abarca una variada gama de modalidades que se dan a partir de la necesidad de adquirir una ventaja competitiva para lograr una mejor posición en el mercado. Para que puedan darse alguna de las variantes de asociatividad, en líneas generales, tiene que existir la cooperación por necesidad mutua, que es lo que genera el compromiso y la responsabilidad de compartir los riesgos para lograr los objetivos propuestos.

El ejemplo italiano

Las agrupaciones de empresas italianas conocidas como distritos industriales constituyen, probablemente, el mejor ejemplo de sistemas productivos locales basados en grupos de pequeñas empresas especializadas pero flexibles. Gracias a su dinamismo y vitalidad han sido capaces de mantener un elevado rendimiento, aún en épocas de declive generalizado.

Una agrupación de empresas o distrito industrial comprende a un grupo numeroso de pequeñas y medianas empresas estrechamente interrelacionadas, dedicadas preferentemente a una actividad manufacturera determinada, localizadas en una zona geográfica relativamente pequeña, que producen para los mismos mercados finales –directa o indirectamente- y que comparten un conjunto de valores y de conocimientos, creando así un entorno cultural específico.

En Italia existen unos sesenta distritos industriales, localizados en su mayoría en el centro y nordeste del país. Gracias a su gran rendimiento alcanzado en los años ochenta, estos distritos pasaron a formar parte de la estructura fundamental de la industria del país europeo, asumiendo un papel muy importante. En cuanto a la generación de empleo industrial, durante esa década se ha producido un aumento notable: dichos distritos crearon casi 200 mil puestos de trabajo.

Tradicionalmente los distritos industriales italianos han estado especializados en sectores consolidados de la industria ligera que precisan una mano de obra numerosa –como confección, textiles, calzado, muebles-, pero en la actualidad apuntan cada vez más hacia productos con mayor demanda tecnológica y sectores intensivos en capital –cerámica, plásticos, metalurgia, automatización industrial, ingeniería mecánica-. Así, por ejemplo, Prato está especializado en tejidos de seda, Capri en géneros de punto, Castelgoffredo en medias, Poggibonsi y Pésaro en muebles, Montegranaro en calzado, Sassuolo en cerámica, Emilia-Romana en máquinas herramientas y maquinaria agrícola, Belluno en monturas para gafas, etc.

Además de una marcada, aunque desigualmente distribuida, mejora tecnológica, la principal transformación que se ha producido en estas agrupaciones de empresas ha sido una orientación gradual hacia el sector de servicios, siguiendo la tendencia general de la economía italiana.

Políticas implementadas en la provincia de Buenos Aires

Desde la Subsecretaría de Industria, Comercio, Minería y Actividades Portuarias del gobierno de Buenos Aires se llevan a cabo dos programas orientados a la asociatividad y la capacitación empresarial, con el eje en la compensación de desventajas estructurales de las PyMEs.

El primero está destinado a los distritos productivos que son sistemas regionales, constituidos por agrupaciones de empresas altamente especializadas, con cierta proximidad geográfica, problemáticas productivas similares o complementarias y que se asocian para lograr ventajas competitivas. El objetivo del plan de consolidación de estos distritos consiste en la búsqueda de soluciones en conjunto para problemáticas comunes. Se propone ayudar a que las empresas logren la integración de cadenas productivas, la incorporación de nuevas tecnologías y el agregado de valor a los productos. Las acciones que se ofrecen son las de capacitación, asistencia técnica, vinculación con la ciencia y la tecnología, programas de calidad y cofinanciación de centros de servicios para PyMEs.

En la provincia de Buenos Aires existen hoy más de veinte distritos industriales que se dedican a distintos rubros, desde la metalmecánica, la maquinaria agrícola, la minería, hasta la indumentaria –tanto de tejido de punto como denim-. En estas estructuras asociativas regionales se encuentran radicadas casi cinco mil pequeñas y medianas empresas, que generan treinta y cinco mil puestos de trabajo.

El segundo programa del organismo provincial se orienta a la ampliación y el mejoramiento de los parques y sectores Industriales de carácter oficial, a través del financiamiento conjunto de obras. Cabe aclarar que los parques y sectores industriales planificados son espacios dotados de infraestructura y equipamiento para el asentamiento de industrias, actividades productivas y de servicios, que optimizan los costos de obras requeridos por las actividades empresarias.

Para fomentar el comercio interno entre industrias bonaerenses, se creó recientemente una red interregional de parques y sectores

industriales que se proponen generar negocios, contactos y establecer un circuito de proveedores para poder comprar insumos o vender productos. De esta manera, PyMEs de cada región, podrán concretar negocios entre sí.

Cuadro 1:

Detalle de los Distritos Productivos Consolidados en la provincia de Buenos Aires

- Distrito de Maquinaria Agrícola – 9 de Julio
- Distrito del Mueble y la Madera – San Martín
- Distritos del Calzado – Bolívar / 25 de Mayo / Coronel Suárez
- Distritos Confeccionistas – Pergamino, Colón y Arrecifes / Las Flores / Junín / Chacabuco / Bragado / Coronel Suárez / Mar del Plata / Olavarría
- Distrito de Tejido de Punto – Mar del Plata
- Distrito Textil – San Martín
- Distrito Metalmecánica – Junín
- Distrito Minero – Olavarría
- Distrito Navales - Mar del Plata
- Distrito de Deportes No Convencionales - Mar del Plata
- Distritos de Software – La Plata / Tandil
- Distrito de Cunicultura – Las Flores

Fuente: Ministerio de la Producción de la provincia de Buenos Aires

Cuadro 2:

Ventajas Comparativas de los Agrupamientos Industriales

- Concentran usos industriales en un perímetro delimitado a tal fin.
- Aumentan la participación industrial local-regional en los municipios.
- Fomentan el asentamiento de los emprendimientos productivos, cooperativas o asociaciones con participación municipal, sectorial, etc.
- Vinculan funcionalmente al empleo industrial con el residente local.
- Facilitan economías de escala a las plantas radicadas, siendo factores básicos para las empresas en la obtención de exenciones impositivas provinciales.
- Desarrollan potencialmente mercados intermedios de producción y servicios.
- Facultan la determinación de políticas específicas referentes a la radicación industrial local.
- Permiten propuestas complejas de captación industrial, a partir de la adecuación a usos industriales específicos.
- Posibilitan el desarrollo de centros tecnológicos y de capacitación empresarial en un medio físico apropiado.
- Contribuyen a la integración industrial mediante la ejecución societaria de obras de interés y uso común
- Garantizan áreas definidas para el desarrollo de las actividades industriales.

Fuente: Ministerio de la Producción de la provincia de Buenos Aires

Este artículo está inserto en la investigación denominada “Pequeñas y medianas empresas (PyMEs), sector público y sociedad civil. Estrategias de Comunicación para el desarrollo local de la ciudad de La Plata durante el período 2004/2005”, que tiene como

Objetivo General:

Reconocer, identificar y analizar los distintos elementos que constituyen las relaciones entre pequeñas y medianas empresas (PyMEs), sector público y sociedad civil para diseñar instrumentos y técnicas que promuevan estrategias de comunicación que

contribuyan al desarrollo local del sistema productivo de la ciudad de La Plata.

Objetivos específicos:

1. Reconocer la capacidad de asociatividad de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) de la ciudad de La Plata en relación con el sector público y la sociedad civil, por considerarlo un requisito indispensable y necesario para construir el diálogo que permita fortalecer la relación que contribuya al desarrollo local.
2. Reconocer y analizar las políticas y acciones de gobierno, tanto municipales como provinciales, destinadas a las pequeñas y medianas empresas (PyMEs).
3. Realizar un relevamiento de la totalidad de cámaras, asociaciones y federaciones (sociedad civil) que nuclean a las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) de la ciudad de La Plata para dar cuenta de los diversos modos de organización y las estrategias comunicacionales implementadas.
4. Diseñar estrategias comunicacionales que promuevan la gestión conjunta entre las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), el sector público y la sociedad civil que propendan al crecimiento del desarrollo local de la ciudad.

Nota

(1) Cháves Norberto. La imagen corporativa. GG Diseño. Barcelona. 1998. Pág.17

Bibliografía

Arroyo, Daniel. Modelos de Gestión Municipal y niveles de planificación en Argentina. Posgrado en Desarrollo Local y economía Social. FLACSO. 2006

Bartoli Annie. Comunicación y organización. Ed. Paidós Empresa. Barcelona. 1992. 221 págs.

Cháves, Norberto. La imagen corporativa. Ed. Gustavo Gili. Barcelona. 1988.

Elgue, Mario. Globalización, desarrollo local y redes asociativas. Ed. Corregidor. Buenos Aires. 1999. 317 págs.

Iñiguez Nathalie, Gariglio Hugo, Surraco Genoveva, Manqueo Daniela, Miravalle Verónica, Robuschi Leandro, Gagna Liza, Mochen Matías. Proyecto de investigación "Identificación y construcción de modalidades de planificación de la comunicación al servicio del desarrollo de pequeñas y medianas empresas (PyMEs) del partido de La Plata durante el período 2001/2002/2003", Universidad Nacional de La Plata, 2003.

Surraco, Genoveva. Las PyMEs argentinas y el apoyo estatal. Anuario de investigaciones de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. La Plata. 2004. Pág. 127 a 131.

www.mp.gba.gov.ar